

УДК 338.28

DOI: 10.18523/2519-4739.20194.1.27-33

Гуменна О. В., Чала Н. Д.

СТВОРЕННЯ КРЕАТИВНИХ ХАБІВ ПРИ УНІВЕРСИТЕТАХ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ЧИННИКИ УСПІХУ

Креативність сприяє розвитку економіки шляхом розвитку людського потенціалу і капіталізації ідей. Найсприятливіша інфраструктура для народження ідей створена в університетах, тому природним є функціонування креативних хабів при університетах. Стаття спрямована на дослідження світового досвіду функціонування креативних хабів при університетах і розглядає останні як точки зростання для української економіки. Теоретичною основою дослідження стали праці Р. Флориди, Дж. Хокінса, А. Скотта, П. Кукі, а також регламентні документи Європейської комісії і Конференції ООН з торгівлі та розвитку, які дали змогу більш чітко сформулювати визначення креативних хабів, а також виокремити показники оцінки їхньої успішності, зокрема університетських креативних хабів.

Порівняльний аналіз рейтингів та університетів у ТОП-10 дає змогу зробити висновки щодо внеску креативних хабів у розвиток ідей, створення інновацій та їх капіталізацію. Показано роль креативних хабів при університетах у мультиплікативному впливі на розвиток міст і регіонів. Водночас вказано на складність оцінки очікуваної капіталізації креативних та інноваційних ідей. Описано методи проведення самодіагностики та оцінки успішності функціонування креативних хабів при університетах. Креативні хаби при університетах сприяють створенню стартапів, інноваційних робочих місць, що допомагає інвестору оцінити повернення інвестицій. У результаті дослідження автори роблять висновок, що креативні хаби при університетах можуть слугувати точками зростання економіки через каталіз людей, відносин, талантів, капіталізацію ідей, створення інноваційних продуктів і послуг, а також поширення прав інтелектуальної власності.

Ключові слова: креативний хаб, університетський креативний хаб, інновації.

JEL classification: M31

Вступ та постановка проблеми. Надзвичайно швидкі зміни в глобальних процесах творення і впровадження винаходів свідчать про те, що вся економіка майбутнього буде креативною. Креативність економіки є визначенням її якості, так само як і ефективність. Економічний вимір креативності полягає в її впливі на розвиток підприємництва, генерування і стимулювання інновацій, підвищення продуктивності.

Потреба у створенні підприємницької інфраструктури еволюціонувала залежно від рівня розвитку суспільства і технологій. На початку 1990-х років, коли вітчизняний ринок був ненасичений, перші підприємці створювали торговельні точки. Відсутність інфраструктури дозвілля була компенсована створенням нічних клубів наприкінці 1990-х – початку 2000-х, на зміну яким прийшло відкриття дорогих ресторанів, галерей, і зовсім недавно – арт-центрів, ресторанів демократичного сегменту, а буквально півтора-два роки тому естафету прийняли коворкінги і арт-простори. Нині їм на зміну приходить більш

професійний, креативний і водночас технологічний формат громадських місць, створених спеціально для великого міста, – це хаби, або злиття коворкінгу, арт-центру, галереї і навіть технопарку [1].

Університетські креативні хаби у всьому світі набувають дедалі більшої активності як колиска креативної економіки, місце народження креативних ідей. Саме в університетах створюється простір та інфраструктура, які спрямовані на розвиток людського потенціалу і культури, сприяють інноваціям, навчанню, творчості та трансформаційним змінам в економіці. Саме люди, їхні ідеї є ключовим джерелом багатства і добробуту країн. Розуміння цього зумовлює зміну пріоритетів у стратегіях розвитку. Наприклад, дослідження успіху Сінгапуру виявляє поряд із перевагами суттєвий недолік у розвитку творчості, тому відбувається перехід від стимулювання розвитку технологічних стартапів до розвитку креативних хабів [2].

В Україні пріоритетними напрямками розвитку економіки визначено промислове виробництво та агропромисловий комплекс [3], що в сучасних

умовах не може забезпечити високі темпи зростання. Відповідно, темпи зростання ВВП в останні роки коливаються в межах 2,5–3,0 %; водночас в умовах агропромислової парадигми економічного мислення неможливо забезпечити вищі темпи зростання. Досвід провідних країн світу (Великої Британії, Німеччини, Естонії) демонструє важливість розвитку креативної економіки не тільки як рушія економічного зростання, але й для здійснення мультиплікативного впливу на зростання традиційних галузей [4, с. 10]. Створення креативних хабів в Україні здатне мультиплікативно вплинути на зростання ВВП до 5,0–5,5 %. Креативні хаби при університетах можуть стати точками зростання вітчизняної економіки, тому важливо зрозуміти чинники успіху їх функціонування, чим і зумовлено актуальність цього дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Креативні хаби з'явилися доволі недавно, тому недостатньо висвітлені в науковій літературі. Водночас питання креативності, креативних індустрій та креативної економіки вивчають близько двадцяти років, найбільш значущими є дослідження Р. Флориди, Дж. Хокінса, А. Скотта, П. Кукі та ін. Щорічно Конференція ООН з торгівлі та розвитку публікує звіти з розвитку креативної економіки, де креативність розглядається щодо її економічних функцій, з акцентом на індустрії культури, креативні товари і послуги, тобто на отримання доходу завдяки творчим навичкам і правам інтелектуальної власності [5]. Європейська комісія в рамках проекту «Креативна Європа» визначає креативний хаб як онлайн-платформу для комунікації і розширення мережі представників креативних індустрій.

У дослідженні «Університети та креативна економіка» [6] визначено фундаментальну роль університетів у створенні інновацій, яку автори дослідження визначають як «3Т»: технології, таланти, толерантність. Ефектом від дії цієї моделі є трансфер технологій, університетські R&D, вплив талантів на регіональний розвиток. Звертаючи увагу в зазначеному дослідженні на університетську інфраструктуру, яка сприяє створенню продуктів наукової творчості, автори не вводять поняття креативних хабів при університетах.

Невирішені частини проблеми. Незважаючи на прискіпливу увагу дослідників, експертів та аналітиків до питань, пов'язаних із креативністю, креативною економікою, недостатньо висвітлено в українських та іноземних наукових джерелах залишається проблема створення та успішного функціонування креативних хабів при університетах.

Мета та завдання статті. За мету цієї роботи поставлено дослідити світовий досвід створення креативних хабів при університетах, а також виокремити критерії їхньої успішності.

Основні результати дослідження. Сьогодні намагаються розглядати креативну економіку не як теоретичне явище, а безпосередньо в середовищі, де виникає такий спосіб господарських відносин, зокрема креативну економіку регіону чи міста. Сучасний стан формування «креативної інфраструктури» в Україні відображає її урбаністичну орієнтацію (центри креативного розвитку в провідних українських містах – Київ, Львів, Дніпро, Одеса, Харків, Запоріжжя й інші) та кластерну модель організації (ІТ-сфера, мистецтво, освіта, дизайн). Водночас в Україні поки що не створено повноцінної відповідної інфраструктури, хоча активно розвиваються різноманітні організаційні креативні хаби: коворкінги, майстерні, інкубатори, лабораторії і кластери. Ці нові простори дають змогу більшій кількості людей продуктивно реалізувати й розвивати власні таланти та творчі здібності.

Найчастіше в ЄС під креативними хабами розуміють організації, що використовують свою площу та інфраструктуру для нетворкінгу, організаційного та бізнес-розвитку у сфері культури і творчих індустрій [7]. Відповідно до Глосарію креативних індустрій, креативний хаб – це творчий центр, який надає простір та забезпечує умови для творчої роботи; спосіб організації роботи, в основі якого лежить динамічне поєднання різноманітних талантів, дисциплін та навичок для посилення інноваційного потенціалу певного проекту [8]. Все частіше креативні хаби розглядають як віртуальну платформу, що об'єднує підприємців, які працюють у креативній або культурній сфері. Ми розглядаємо креативний хаб набагато ширше, не обмежуючись лише культурними індустріями: на нашу думку, креативні хаби – це багатофункціональні території або центри для розвитку творчого підприємництва, інкубації ідей і продуктів [9, с. 119–121]. Креативні хаби є одночасно ядром (атрактором) та основною інфраструктурною одиницею креативної економіки; також такий хаб є місцем каталізу, де люди, відносини, ідеї і таланти підсилюють одне одного.

Важливою відмінністю креативного хабу від інших організаційних форм креативної співтворчості, з якими він має такі спільні риси, як логістично зручне місце розташування, відкритий простір, інфраструктура для коворкінгу, є акцент на інновації. Тобто основною метою діяльності креативних хабів є створення та реалізація інноваційних проектів.

Дослідження, яке проводилося на замовлення Європейської мережі креативних хабів, під час якого було опитано понад 100 респондентів, проведено 12 глибоких інтерв'ю та проаналізовано діяльність понад 200 хабів, виявило спільну мету функціонування всіх хабів – забезпечити позитивні зміни в бізнесі, економіці та суспільстві. Проте способи її реалізації дуже сильно різняться. По-перше, спостерігається значне різноманіття у функціонуванні різних креативних хабів залежно від власності та форми управління: громадської, приватної та державної. Щодо проблем функціонування хабів їхні керівники визначили 3 основних сфери, в яких необхідна підтримка: управління хабом, удосконалення послуг, маркетинг і брендинг. За статистикою 42 % усіх європейських хабів є некомерційними організаціями, 27 % – частково фінансуються державою, 24 % – є бізнес-проектами, 7 % – працюють як структурні частини університетів [7]. Світова практика свідчить, що найбільшого успіху досягають креативні хаби при університетах, де фактично створені найсприятливіші умови для інкубації ідей та подальшої їх комерціалізації.

Нижче наведено рейтинги університетів за 2018 рік, які свідчать, що інноваційність університетів, їхні розробки визначають як статус університету (дослідницький), так і зумовлюють найвищі позиції в глобальних освітніх рейтингах (див. таблицю).

В основу зазначених рейтингів лягли такі групи критеріїв:

1. Світовий рейтинг університетів Times Higher Education World University Rankings традиційно наводить результати оцінювання науково-інтенсивних університетів в усіх їхніх основних завданнях: навчання, дослідження, передання знань та міжнародний світогляд. Показники ефективності групуються за п'ятьма напрямками: навчання (середовище навчання); дослідження (обсяг, доходи та репутація); цитування (дослідницький вплив); міжнародний світогляд (персонал, студенти та наукові дослідження); доходи промисловості (передання знань).

2. Рейтинг QS (GRADUATE EMPLOYABILITY RANKING), в якому нині бере участь багато українських ЗВО, має такі індикатори: академічна репутація; репутація серед роботодавців; число цитувань на одну статтю; h-індекс (за базою даних Scopus). При цьому вагові коефіцієнти кожного з індикаторів відрізняються залежно від галузі, за якою виконується оцінювання.

3. Рейтинг найбільш інноваційних університетів світу – визначальним є те, що зазначені університети роблять найбільше в просуванні науки, розробленні нових технологій і управлінні глобальною економікою. У рейтингу Reuters Top 100 використовуються такі індикатори, як індекс інновацій, індекс патентів та кількість статей у наукових журналах, індексованих у базі даних Web of Science Core Collection.

Таблиця. ТОП-10 університетів світу у 2018 р.

Найкращі університети світу (THE World University Rankings*)			Рейтинг QS (GRADUATE EMPLOYABILITY RANKING**)			Найінноваційніші університети світу (Reuters Top 100***)		
Місце	Університет	Країна	Місце	Університет	Країна	Місце	Університет	Країна
1	Оксфордський університет	Велика Британія	1	Стенфордський університет	США	1	Стенфордський університет	США
2	Кембриджський університет	Велика Британія	2	Каліфорнійський університет Лос-Анджелеса	США	2	Массачусетський технологічний інститут	США
=3	Каліфорнійський технологічний інститут	США	3	Гарвардський університет	США	3	Гарвардський університет	США
=3	Стенфордський університет	США	4	Сіднейський університет	Австралія	4	Пенсильванський університет	США
5	Массачусетський технологічний інститут	США	5	Массачусетський технологічний інститут	США	5	Університет Вашингтона	США
6	Гарвардський університет	США	6	Кембриджський університет	Велика Британія	6	Техаський університет	США

Продовження таблиці

Найкращі університети світу (THE World University Rankings*)			Рейтинг QS (GRADUATE EMPLOYABILITY RANKING**)			Найінноваційніші університети світу (Reuters Top 100***)		
Місце	Університет	Країна	Місце	Університет	Країна	Місце	Університет	Країна
7	Принстонський університет	США	7	Мельбурнський університет	Австралія	7	Католицький університет Льовена	Бельгія
8	Імперський коледж Лондона	Велика Британія	8	Оксфордський університет	Велика Британія	8	Імперський коледж Лондона	Велика Британія
9	Чиказький університет	США	9	Університет Берклі	США	9	Університет Північної Кароліни	США
10	Швейцарський федеральний технологічний інститут Цюриха	Швейцарія	10	Університет Цінхуа	Китай	10	Університет Вандербільта	США
	Пенсильванський університет	США						

* <https://www.timeshighereducation.com/news/world-university-rankings-2018-results-announced>** <https://www.topuniversities.com/university-rankings/employability-rankings/2018>*** <https://www.reuters.com/article/us-amers-reuters-ranking-innovative-univ/reuters-top-100-the-worlds-most-innovative-universities-2018-idUSKCN1ML0AZ>

У зазначеному переліку рейтингів переважають університети США, які доволі давно працюють за моделлю «потрійної спіралі». Сам цей термін виник в одному з найвідоміших інноваційних університетів – його вперше використав професор Стенфордського університету і Центру досліджень у галузі підприємництва бізнес-школи Единбурзького університету Генрі Іцковіц («Експерт», № 49 (733), 13 грудня 2010). Модель Іцковіца ґрунтується на тому, що в сучасному суспільстві ядром інноваційної діяльності є університет. Він започатковує тісну співпрацю з бізнесом, виконуючи для нього дослідження і створюючи потік ноу-хау для постійного вдосконалення продуктів і послуг, що виробляються цим бізнесом [10]. У такій моделі саме університет стає головним центром докладання державних зусиль і ресурсів для розвитку інновацій. Університети такого типу прийнято називати дослідницькими або підприємницькими. Звісно, дослідницький університет зберігає всю академічну складову, але працює одночасно за трьома взаємопов'язаними напрямками: навчання, наукові дослідження, інноваційне впровадження високих технологій і виведення їх на ринки (технологічний трансфер). При кожному з таких дослідницьких університетів створено відповідну інфраструктуру для навчання студентів і аспірантів, проведення їхніх наукових

досліджень, а також інноваційну інфраструктуру, зокрема креативні лабораторії та хаби.

Очолює рейтинги Стенфордський університет, де працює хаб з інновацій, співпраці та творчості – Stanford d.school. Там навчають креативного методу для вирішення проблем різної складності – дизайн-мисленню. А в Массачусетському технологічному інституті, який входить до ТОП-5 рейтингів, працює MIT Media Lab – міждисциплінарна дослідницька лабораторія, що займається проектами, спрямованими на зближення технологій, мультимедіа, науки, мистецтва і дизайну. За роки існування MIT Media Lab встигла допомогти Lego створити нові конструктори, винайшла мову програмування для дітей Scratch, а також як співзасновник започаткувала проект Computer Clubhouse (мережа освітніх клубів для дітей та підлітків) [11]. У 2018 р. до ТОП-10 найінноваційніших університетів уперше потрапив Католицький університет Льовена, де всі освітні програми базуються на інноваційних дослідженнях його вчених і професорів – тут також створена мережа лабораторій та хабів.

Загалом практика використання інноваційних хабів стала дуже популярною за кордоном. Зокрема, в Університеті Лестера існує інноваційний хаб, який надає підтримку та поради для студентів, у яких є ідеї. Їхня програма Start-Up Accelerator надає і фінансову підтримку, і гранти

на найкращі ідеї (втілюється разом з ЄБРР). В Університеті Брунеля (Brunel University London) також існує інноваційний хаб, де студенти можуть звернутися з ідеєю за порадами, як втілити її у продукт. Зокрема, у межах університету проводиться конкурс на найкращу ідею, де переможець отримує до 10 000 фунтів стерлінгів на її реалізацію.

Складність оцінки капіталізації творчості та інноваційних ідей зумовлює складність оцінки успішності функціонування креативного хабу та його впливу на зовнішнє середовище. Проте інвестори (приватні чи держава) мають чітко розуміти ключові показники ефективності та терміни повернення чи окупності інвестицій. Дослідження успішності функціонування креативних хабів [12, с. 16–17] визначають ті види цінностей, які вони продукують назовні, а саме стартапи, робочі місця, нові продукти та послуги, розвиток талантів, неформальне навчання, підвищення кваліфікації, дослідження, нові міста, регіони, міські простори, міжнародні мережі співпраці, покращення якості життя. Все це впливає на поліпшення зовнішнього середовища, розвиток місцевості, міста, регіону.

Британські експерти рекомендують проводити самодіагностику успішності функціонування креативних хабів шляхом опитування ключових бенефіціарів, інвесторів та стейкхолдерів щодо корисності і цінності продуктів і послуг, які продукуються креативним хабом назовні [12, с. 18–20]. В оцінці рекомендується особливу увагу приділяти створенню і розвитку креативної мережі та партнерств; зростанню компаній та створенню робочих місць; запуску нових продуктів, послуг, культурних проектів; розвитку креативних талантів; неформальному навчанню; міждисциплінарній співпраці; зростанню добробуту. Процес творення нових продуктів і послуг у креативних хабах консолідує професійну мережу учасників хабу і через ціннісно-культурні аспекти мультиплікує ефект розвитку назовні, що забезпечує розвиток місцевості. Наприклад, успішність функціонування креативного хабу у Белфасті можна оцінити за такими показниками: 7900 зайнятих у секторі діджитал; понад 60 стартапів у сфері креативних індустрій; 2,4 млн фунтів інвестицій від агентства розвитку.

Успішність проектів у креативних хабах можна вимірювати за методикою «C5», що розшифровується як п'ять капіталів: людський, соціальний, культурний, інфраструктурний та їхній сумарний вплив на економіку міста/

регіону/країни. Під капіталами розуміють різні типи сил у сучасному суспільстві, які впливають на креативне зростання. Розробили цю методику в Університеті Гонконгу, посилаючись на ідеї Річарда Флориди та Чарльза Лендрі про сучасні міста та креативний клас [13].

Основними критеріями оцінки успішності саме університетських креативних хабів є такі:

- частка фінансування (що більше загальне фінансування, то більша зацікавленість у результатах; якщо більше зовнішнє фінансування, розробки мають прямий позитивний вплив на економіку та на її окремі сфери, тому інвестори зацікавлені в подальшому);

- кількісна (сукупність завершених проектів та проектів to-launch) та якісна (вимірювання реального впливу на економічні, соціальні, політичні процеси проектів з конкретними економічними, соціальними та політичними цілями за допомогою статистичних методів – T-test, Spearman Rho Coefficient, Kendall Tau, chi-squared тощо) оцінка проектів;

- кількість зареєстрованих патентів;

- рівень експертності менторів та координаторів проекту (успішність вимірюється залученням професіоналів, осіб із науковими ступенями, кількістю залучених PhD-студентів);

- кількість залучених студентів у функціонування хабу – охоплює як кількісний показник (загальна кількість студентів, що беруть участь), так і якісний (присутність студентів з різних спеціальностей та наукових сфер);

- рівень працевлаштування студентів, які беруть активну участь в університетських хабах;

- розвиток міжуніверситетських, а згодом і міжнародних зв'язків для досягнення запланованих результатів, розширення масштабів залученості.

Висновки та пропозиції щодо подальших досліджень. У сучасній глобальній економіці все доволі легко скопіювати. І невдовзі половина робочих місць у традиційних сферах зникне, проте в креативних індустріях такі робочі місця створюватимуться шаленими темпами. Креативна економіка впливає на систему освіти, молодь, інвестиційну привабливість товарів, регіонів, країни загалом. На етапі переходу від ринкової економіки до креативної з бурхливим ростом технологій головними цінностями стають персонал, його творчі можливості, нестандартний підхід до справи, що можна забезпечити через модель креативних хабів при університетах.

Світовий досвід функціонування креативних хабів при університетах переконливо

свідчить про можливість формування тут точок зростання економіки, що надзвичайно важливо для України. Отже, створення та розвиток креативних хабів при університетах може бути одним із каталізаторів розвитку української економіки, тому важливо вивчити світовий

досвід функціонування таких хабів. Вплив креативного хабу назовні проявляється не тільки в кількісних показниках, як-от кількість створених робочих місць, випущених стартапів, залучених інвестицій, але й у формуванні ціннісно-культурного простору.

Список літератури

1. Ташматова Л. Что нам стоит хаб построить: затраты, окупаемость, бизнес-модель [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://biz.liga.net/all/nedvizhimost/article/chto-nam-stoit-khab-postroit-zatraty-okupaemost-biznes-model>. – Загл. с экрана.
2. Wong C. Y. L. Singapore in transition: from technology to culture hub / Caroline Y. L. Wong, Carla C. J. M. Millar, Chong Ju Choi // *Journal of Knowledge Management*. – 2006. – Vol. 10, Issue 5. – P. 79–91. doi: 10.1108/13673270610691198
3. Звіт Уряду України за 2018 рік від 13.02.2019 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/news/vstupne-slovo-premyer-ministra-volodimira-grojsmana-na-zasidanni-kabinetu-ministriv-ukrayini-vid-13-lyutogo-2019-roku>. – Назва з екрана.
4. 2018 Cultural and Creative Industries Monitoring Report. Federal Ministry for Economic Affairs and Energy (BMWi). 2018. 57 p. [Electronic resource]. – Mode of access: https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/monitoring-report-cultural-and-creative-industries-2018.pdf?__blob=publicationFile&v=3. – Title from the screen.
5. Creative Economy Outlook. Trends in international trade in creative industries. Country Profiles 2002–2015, 2005–2014 [Electronic resource]. – Mode of access: [https://unctad.org/en/pages/publications/Creative-Economy-Report-\(Series\).aspx](https://unctad.org/en/pages/publications/Creative-Economy-Report-(Series).aspx). – Title from the screen.
6. Florida R. The University and the Creative Economy [Electronic resource] / R. Florida, G. Gates, B. Knudsen, K. Stolarick. – December 2006. – Mode of access: <http://creativeclassgroup.com/rfcgdb/articles/University%20For%20City%20and%20Community%204.pdf>. – Title from the screen.
7. Креативные хабы: миссия и потребности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.culturepartnership.eu/article/kreativnie-habi-missiya-i-potrebnosti>. – Загл. с экрана.
8. Глосарій креативних індустрій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uccs.org.ua/hlosarij-kreatyvnykh-industrij/>. – Назва з екрана.
9. Україна 2030: Доктрина збалансованого розвитку / О. Жилінська (наук. ред.), Л. Антонюк, О. Гуменна та ін. – Львів : Кальварія, 2017. – 168 с.
10. Резніков С. Дослідницькі університети як центри інноваційного розвитку країни [Електронний ресурс] / Сергій Резніков, Михайло Згуровський. – Режим доступу: <https://kpi.ua/print/4093>. – Назва з екрана.
11. Иванова В. Як найбільш інноваційні виші світу розвивають креативність студентів [Електронний ресурс] / В. Иванова. – Режим доступу: <https://nachasi.com/2018/09/12/innovatsijni-universytety-svitu/>. – Назва з екрана.
12. Dovey J. Creative Hubs: Understanding the New Economy City University of London (in association with University of West of England, REACT, Creative works London, and The Watershed) [Electronic resource] / J. Dovey, A. Pratt. – Mode of access: https://creativeeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Hubs_Report.pdf?_a=2.61174703.2092485939.1556717592-410632369.1550135798. – Title from the screen.
13. Як визначити креативний потенціал вашого проекту? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bigggidea.com/practices/1538/>. – Назва з екрана.

References

1. Tashmatova, L. (2015). What do we need to build a hub: costs, payback, business model. Retrieved from <https://biz.liga.net/all/nedvizhimost/article/chto-nam-stoit-khab-postroit-zatraty-okupaemost-biznes-model>.
2. Wong, C. Y. L., Millar, C. C. J. M., Choi, C. Ju. (2006). Singapore in transition: from technology to culture hub. *Journal of Knowledge Management*, 10 (5), 79–91. doi: 10.1108/13673270610691198
3. The report of the Government of Ukraine for 2018. (13.02.2019). Retrieved from <https://www.kmu.gov.ua/ua/news/vstupne-slovo-premyer-ministra-volodimira-grojsmana-na-zasidanni-kabinetu-ministriv-ukrayini-vid-13-lyutogo-2019-roku>.
4. 2018 Cultural and Creative Industries Monitoring Report. Federal Ministry for Economic Affairs and Energy (BMWi). (2018). Retrieved from https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/monitoring-report-cultural-and-creative-industries-2018.pdf?__blob=publicationFile&v=3.
5. Creative Economy Outlook. Trends in international trade in creative industries. Country Profiles 2002–2015, 2005–2014. Retrieved from [https://unctad.org/en/pages/publications/Creative-Economy-Report-\(Series\).aspx](https://unctad.org/en/pages/publications/Creative-Economy-Report-(Series).aspx).
6. Florida, R., Gates, G., Knudsen, B., & Stolarick, K. (2006). The University and the Creative Economy. Retrieved from <http://creativeclassgroup.com/rfcgdb/articles/University%20For%20City%20and%20Community%204.pdf>.
7. Creative hubs: mission and needs. (2018). Retrieved from <https://www.culturepartnership.eu/article/kreativnie-habi-missiya-i-potrebnosti>.
8. Glossary of creative industries. Retrieved from <http://uccs.org.ua/hlosarij-kreatyvnykh-industrij/>.
9. Zhylynska, O., Humenna, O., & Chala, N. (2017). *Ukraine 2030: The Doctrine of Sustainable Development*. Lviv: Calvary.
10. Rieznikov, S., Zgurovsky, M. (2011). Research universities as centers of the country innovative development. Retrieved from <https://kpi.ua/print/4093>.
11. Ivanova, V. (2018). As the most innovative higher education institutions in the world, they develop students' creativity. Retrieved from <https://nachasi.com/2018/09/12/innovatsijni-universytety-svitu/>.
12. Dovey, J., & Pratt, A. (2016). Creative Hubs: Understanding the New Economy. City University of London (in association with University of West of England, REACT, Creative works London, and The Watershed). Retrieved from http://project.creativehubs.net/wp-content/uploads/2016/12/HubsReport.pdf?fbclid=fb3dGON5rsHSrxEuDrBCigREaezyPN9_wC6O9EN7LdmYKG6mMvuAEpABU.
13. How to determine the creative potential of your project? (2016). Retrieved from <https://bigggidea.com/practices/1538/>.

O. Humenna, N. Chala

CREATION OF A UNIVERSITY CREATIVE HUB: WORLD EXPERIENCE AND FACTORS OF SUCCESS

Creativity contributes to the development of the economy through the development of human potential and the capitalization of ideas. The most favourable infrastructure for the birth of ideas is created at universities, therefore the functioning of creative hubs at universities is natural. The article is aimed at studying the world experience of the functioning of creative hubs at universities, and considers the latter as a growth point for the Ukrainian economy. The theoretical basis of the study was the work of R. Florida, J. Hawkins, A. Scott, P. Cookie, as well as the regulatory documents of the European Commission and the UN Conference on Trade and Development, which made it possible to more clearly formulate the definitions of creative hubs, as well as to distinguish the evaluation indicators of their success.

The comparative analysis of ratings and universities in TOP-10 gives an opportunity to draw conclusions about the contribution of creative hubs to the development of ideas, the creation of innovations and their capitalization. The role of creative hubs in universities with multiplicative influence on the development of cities and regions is shown. The article points to the complexity of estimating the expected capitalization of creative and innovative ideas. The methods of carrying out self-diagnostics and evaluation of the success of the functioning of creative hubs at universities are described. The university's creative hubs help to create start-ups and innovative workplaces, which helps investors to value returns on investment. As a result of the study, the authors conclude that creative hubs at universities can serve as points of economic growth through the capitalization of ideas, the creation of innovative products and services, and the spread of intellectual property rights.

Keywords: creative hub, university creative hub, innovations.

Матеріал надійшов 02.05.2019